证券代码:002029 证券简称:七匹狼 公告编号:2019-005

福建七匹狼实业股份有限公司

【2018】年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

■非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

■董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 □ 不适用

■是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以2018年末总股本755,670,000为基数,向全体股东每10股派发现金红利1.00元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本。

■董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 √ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	七匹狼	股票代码	002029
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	陈平	袁伟艳	
办公地址	福建省晋江市金井镇南工业区	福建省晋江市金井镇南工业区	
电话	0595-85337739	0595-85337739	
电子信箱	zqb@septwolves.com	zqb@septwolves.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(一)主要业务及产品

作为中国男装品牌的领先企业之一,公司主要从事“七匹狼”品牌男装及针纺类产品的设计、生产和销售,主要产品包括衬衫、西服、裤装、茄克衫、针织衫以及男士内衣、内裤、袜子及其它针纺产品等。近年来,公司以“自己孵化+投资并购”模式积极开拓新品牌,截至目前,除了主标“七匹狼”产品以外,公司旗下品牌还包括“16N”、“Wolf Totem”(狼图腾),以及国际轻奢品牌“Karl Lagerfeld”。

(二)主要经营模式

公司主要经营模式按照企划、生产、销售、反馈进行,具体流程如下图:

■以企划为核心的产品组织模式

公司以商品企划为产品组织的出发点和落脚点,以商品企划组织产品设计。公司商品部门制作产品企划方案,包含产品的SKU及价格带等产品要素,设计部门在产品企划方案的范畴内进行产品设计并最终由商品部门确定投放的商品及价格。

■以自主生产和外包生产相结合的产品生产模式

公司一年两季订货会,公司渠道终端参与订货。订货模式分为自主下单及买断下单,买断下单为经销商根据需求下单,公司给予一定比例的退换货,自主下单则为公司自行下单,通常集中在一些代销款及首营店货品。渠道部门汇总订单后由供应链中心负责组织生产。

供应链中心通过供应链评价体系甄选供应商进行下单,在商品企划确定的成本范畴内,供应链中心决定产品的采购价格。目前除店货类、外套类和休闲裤类的部分产品自制生产外,绝大多数产品是采用外部采购模式进行。

■以直营加盟相结合,线上线下相配合的产品销售模式

从产权归属上区分公司线下终端,可以分为直营店和加盟店。但在近年来零售化改革中,公司终端逐步往“类直营”模式转变,即不论直营加盟,公司均参与终端门店的人员培训、货品陈列及市场策略,以“直营”形式管理“加盟”。为此,公司改变了过去层层代理的批发模式,而与一些优秀零售商合作进行渠道管理。与此同时,顺应移动互联趋势,公司积极拓展线上销售,公司线上销售占比逐年提高,形成公司线上线下相配合的渠道模型。

■以“终端数据”为指引的数据引导决策模式

所有的终端数据将反馈回商品企划,以便于指导和调整新的企划方案;与此同时,所有的终端数据将作为实时管理的依据,商品企划部门将根据实时数据调整产品市场销售方案,做出活动或折扣的指令交由市场策略部门执行。这种模式改变了过去依靠经验和管理的决策模式,提升了决策的适时性和有效性。

(三)行业情况

经过多年发展演变,中国零售市场形态逐渐清晰,消费市场呈现分层升级的态势,正在由实物消费向服务消费转变,由基本生存型向发展享受型转变。伴随着消费升级,健康化、家庭化、追求精神消费等新的理念正在形成,人们开始更加关注能提升生活品质的消费品类,大众消费进入更加品质化的新阶段,服装行业也面临满足消费市场更加个性化、差异化的挑战。

经过12-16年的调整,服装行业普遍意识到精细化管理的重要性并逐步从粗放的批发经营向精细化零售行业过渡,各公司也根据自身特点逐步明确发展方向。整体而言,对于国内服装企业来说,一种是考虑平价定位的性价比服装,这类公司往往沿着现有品牌不断扩大产品品类,深挖产品系列,将单品牌打造成相应的“国民基础款”;另一种则是走中档轻奢路线,通过价值观召唤其追随者,受单品牌规模的限制,这类服装公司在稳固自有品牌后,往往会朝“多品牌”发展。

(四)行业地位

“七匹狼”为中国驰名商标,作为率先登陆中小板的上市公司,公司为闽派男装的代表企业,拥有广泛的知名度和良好的美誉度。

报告期内,公司从事的主要业务、主要产品及其用途、经营模式、主要的业绩驱动因素等未发生重大变化。报告期公司主要业务发展状况详见本报告“三、经营情况讨论与分析”相关内容。

3、主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

■公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位:人民币元

	2018年	2017年	本年比上年增减	2016年
营业收入	3,517,032,253.56	3,084,894,272.85	14.01%	2,639,603,026.79
归属于上市公司股东的净利润	346,286,529.66	316,579,206.29	9.38%	267,191,552.85
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	205,759,843.17	175,417,340.63	17.30%	134,821,480.22
经营活动产生的现金流量净额	304,600,316.83	650,608,263.22	-53.18%	589,260,347.55
基本每股收益(元/股)	0.46	0.42	9.52%	0.35
稀释每股收益(元/股)	0.46	0.42	9.52%	0.35
加权平均净资产收益率	6.21%	5.96%	0.25%	5.24%
	2018年末	2017年末	本年末比上年末增减	2016年末
资产总额	8,592,268,987.62	8,582,987,279.01	0.11%	7,919,664,313.04
归属于上市公司股东的净资产	5,727,637,318.88	5,462,146,571.52	5.05%	5,197,756,279.26

(2)分季度主要会计数据

单位:人民币万元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	91,906.48	54,025.13	89,377.77	116,393.88
归属于上市公司股东的净利润	8,373.24	5,107.15	7,984.75	13,163.51
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,707.88	1,339.46	3,010.71	9,517.93
经营活动产生的现金流量净额	2,339.79	-13,767.26	-6,502.8	48,390.3

■上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	36,329	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	37,068	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前10名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
福建七匹狼集团有限公司	境内非国有法人	34.29%	259,136,718	0	质押	131,250,000	
厦门市高鑫泓股权投资有限公司	境内非国有法人	6.64%	50,209,425	0	质押	0	
香港中央结算有限公司	境外法人	3.17%	23,973,999	0			
中海信托股份有限公司-金海9号证券投资集合资金信托	其他	1.80%	13,594,291	0			
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.72%	13,005,000	0			
基本养老保险基金一零零三组合	其他	1.00%	7,557,311	0			
中国人民财产保险股份有限公司-传统-普通保险产品	其他	0.93%	7,048,381	0			
周永伟	境内自然人	0.75%	5,673,000	4,254,750			
中国农业银行-长城安心回报混合型证券投资基金	其他	0.66%	4,997,946	0			
工银瑞信基金-农业银行-工银瑞信中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
南方基金-农业银行-南方中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
中欧基金-农业银行-中欧中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
博时基金-农业银行-博时中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
大成基金-农业银行-大成中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
嘉实基金-农业银行-嘉实中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
广发基金-农业银行-广发中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
华夏基金-农业银行-华夏中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
银华基金-农业银行-银华中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
易方达基金-农业银行-易方达中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中,周永伟为福建七匹狼集团有限公司实际控制人周氏家族成员之一。除此以外,福建七匹狼集团有限公司、厦门市高鑫泓股权投资有限公司两名发起人股东之间,两名发起人股东与其他股东之间不存在关联关系,也不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人,未知其他股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	不适用						

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券:否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求:否

(1)概述

报告期内,公司继续深耕新零售,从客户需求出发,回归商业本质,聚焦客户价值,推动战略落地。一方面继续努力夯实服装主业,稳中推进零售模式的改革和创新;另一方面,立足服装行业,围绕着时尚和大消费领域,积极推进投资相关工作。通过多年的努力,相关改革措施已初步呈现一定的效果。2018年,公司整体业绩稳中有进,实现营业总收入为351,703.23万元,营业利润46,326.10万元,归属于母公司的净利润34,628.65万元,较上年分别上升14.01%,17.53%,9.38%。

(2)宏观经济及与公司相关外部经济环境的情况

■ 2018年度,国际经济形式相对动荡,国内经济受外部因素摩擦等事件影响,不确定因素增加,国内经济增速放缓,居民消费热情相对低迷。但同时得益于城镇化的持续推进、居民可支配收入增长及关税调整、减税等优惠政策的出台,又在一定程度上推动了消费热度。2018年,服装消费零度波动较大,但整体而言,服装消费弱复苏态势仍得以延续,龙头服装企业销售呈现回升状态。

■ 2018年,流量去中心化加剧,单一平台流量获取难度加大,由此影响线上销售的增长速度和利润水平。各企业告别过去流量红利,深度经营流量的要求不断提升。

■ 新零售创新层出不穷,并且开始不断向上游拓展。新零售不断提升整个链条的效率,并持续获得资本的青睐和投入。如何在新零售业态下改革目身的业态,是每个传统企业都面临以及需要不断思考的问题。

(3)经营环境分析

项目	对2018年度业绩及财务状况影响情况	对未来业绩及财务状况影响情况	对承诺事项的影响
国内市场变化	受宏观经济增速低位运行影响,零售行业增速呈现放缓态势。得益于减税等优惠政策的出台,2018年,服装消费弱复苏态势得以延续,为公司业绩的增长提供了支撑。	如果经济增长放缓或停滞,消费者预期收入下降,将可能降低服装消费频次,减少服装消费金额,从而影响公司经营业绩。	无
国外市场变化	公司以内销为主,国外市场变化对公司业绩影响较小。	公司国外市场比例很小,同时由于品牌门槛,出口转内销企业与公司定位不同,对公司市场份额没有重大影响。	无
信贷政策调整	公司运营良好,所处行业为政府鼓励行业,信贷政策调整对公司无重大影响。	影响较小。	无
汇率变动	本年度,公司出口业务占结转售比例很小,同时公司进口原材料很少,汇率变动对公司业绩影响较小;部分投资业务涉及外币支付,但数额较少,整体影响较小。	除了投资业务可能涉及外币支付外,2019年,公司将继续以内销为主,汇率变动预计对公司业绩影响较小。	无
利率变动	本年度,公司进行了部分票据贴现,利率变动增加公司财务费用,但对公司业绩影响不大。	公司资金较为充裕,利率变动影响公司财务费用,但对公司业绩影响不大。	无
成本要素的价格变化	公司为品牌运营企业,在现有模式下可以控制公司毛利率,成本要素价格对公司影响较小。	公司业态决定成本要素的价格变动对公司不会带来太大影响。但随着产品结构以及各渠道收入结构的变动,毛利率可能呈现一定变化。	无

(4)报告期公司主要业务发展状况

2018年,是公司继续强调战略转型、回归狼性的文化再造的一年,也是公司在“低头看路”的同时“抬头看天”,在竞争环境中努力突破旧的思维和开拓视野的一年。这一年,公司对组织体系进行了再次梳理,优化了七匹狼品牌的各个业务模块,坚定地以七匹狼品牌业务为根基,孵化新品牌,努力搭建迈向未来的时尚产业集团体系。

①服装实业部分

■强化品牌建设,改善产品研发设计,提升渠道效率,优化供应链管理,多方面完善主品牌现有业务模式,夯实实业基础。

■品牌建设

报告期内,公司围绕商业模式的定位及战略方向,努力对品牌定位进行重塑。通过对品牌内核的梳理,不断深化公司内部团队对品牌愿景、品牌使命、品牌精神、品牌核心价值观等的理解,从而推动产品在保持品牌调性的基础上实现创新与突破。在品牌传播上,公司系统化、多样化的宣传推广为七匹狼品牌带来广泛的关注。经过多年的品牌运营,七匹狼品牌已深入人心。报告期内,公司获得了一系列荣誉:

2018年5月,七匹狼品格男装荣获“2014-2018年C-BPI中国男士商务休闲装行业连续五年获第一名”;

2018年6月,七匹狼通过内部裂变培育了符合新一代全新时尚品味的轻奢品牌“WOLF TOTEM”连续四次登上米兰时装周,发布“藏秘寻踪”系列,在国际舞台展示中国时尚原创力量。

2018年10月,为表彰在全国针织内衣行业科技创新、人才创新、新型营销模式的建立,成果推广中做出的突出贡献,七匹狼荣获中国纺织工业联合会颁发的“纺织之光”创新贡献奖。

2018年11月,科睿国际创新节,七匹狼凭借2018素人唤醒计划《唤醒时刻》获得营销创新类银奖。

2018年12月,七匹狼荣获全国服装标准化技术委员会授予的标准化工作先进单位荣誉称号。

■产品建设

品牌自信来源于产品自信。报告期内,公司继续打磨“艺术能力”和“技术能力”,努力塑造产品自信。产品设计部门始终坚持开发兼具文化态度和产品的风格态度的产品,在对品牌内核进行深刻理解的基础上,实现品牌调性的良好延续与发展。继续挖掘狼文化的精神内涵,开发含有狼性DNA的产品,将狼元素、民族元素、流行元素有机结合,实现消费者的着装需求和精神诉求的结合。与此同时,公司继续在产品的面辅料、版型、工艺等方面下功夫,不断提升制造水平。优质的产品设计保证了产品的调性和美感,而优质的产品制造则保证了消费者基本的穿着体验获得满足。两者的有机结合,为公司打造“产品力”,从而形成产品驱动提供了良好保障。

■渠道建设

渠道整体运营效率的提升仍是报告期内公司渠道建设的重点工作。报告期内,公司对线下实体店、线上渠道均进行了较大力度的整合,着力提升渠道效率。

线下方面,报告期内,公司统筹区域代理商、经销商资源,有效延伸管理触角,完善店员管理、供货调度、门店形象等方面,促进终端运营体系升级,推动终端标准化,提升终端管理水平。统筹门店资源,利用成熟的管理体系和信息技术,采用大数据对新开门店进行评估,通过优化算法,完善数据筛选、嵌入渠道系统、分析评估,实现新门店的品标精准匹配,同时利用数据分析进行已有门店的匹配改造,参照新商品定位、新业态策略、新空间形象实现已有门店的更新。统筹线上线下资源,通过货品、供应链等方面的有效协调,尝试承接线上导流,实现线上流量在线下的有效转化。多种手段的有效运用,在一定程度上为报告期内业绩的提升提供了助力。

线上方面,报告期内,公司电商部门一方面着力应对各大平台多变的规则限制和流量存量触顶页问题,一方面积极拓宽社交属性销售新渠道,通过社交小程序,建立官网直销、分销等业务,同时从营销、商品、视觉、服务等方面稳步推进电商业务。在电商部门的努力下,报告期内公司线上业务仍然保持增长,共实现线上营业收入超过14亿元(含针织业务线上销售收入),比去年同期相比增长超过10%。

■供应链建设

精细化供应链管理是报告期公司业务模块优化工作的核心工作之一。报告期内,公司持续优化原有供应链体系,重点针对产品调拨效率进行优化,努力推动分仓库存共享线上订单发货,通过采用更为智能的补货系统及更为先进的调拨系统,在不增加流调投费用的同时,实现货品的全渠道流转,减少库存召回。与此同时,采用多种手段,提升供应链反应速度。除了继续建设战略供应商、创新具有品类优势的优质供应商合作模式以外,公司还精细报表监控周期,采用“首批量下单与配套面辅料备料同步,多频次分批次”形式,调整主推深度款下单模式,为货品在终端的销售提供保证。报告期内,公司通过加大物料集中采购比例、科学核价议价程序等多种手段有效管控采购成本,努力提升产品性价比。

■着力培育新品牌,努力搭建迈向未来的时尚产业集团体系。

除了“七匹狼”主品牌以外,公司还通过自行孵化及对外投资的方式,培育了狼图腾“Wolf Totem”、“16N”、“Karl Lagerfeld”三个新品牌。

报告期内,公司继续推进“Wolf Totem”的孵化培育,加强产品丰满度。

“16N”是公司前期投资的年轻潮牌。报告期内,公司一方面对其原有业务进行优化,尝试拓展加盟渠道;一方面针对“16N”设置了涵盖管理层、终端员工的各种激励方案,同时输出有经验的管理团队以弥补原有运营能力不足。相关措施也促使“16N”在报告期内获得了较为良好的发展。

作为公司进入轻奢品类的第一个品牌,“Karl Lagerfeld”项目并于同年12月完成项目交割工作。报告期内,公司努力推动不同业务模块的融合,优化“Karl Lagerfeld”业务运营模式,促使其更加务实、更加落地。在生产和供应链方面,公司借助“Karl Lagerfeld”荷兰总部设计力量优化大中华区的产品设计,在降低高昂的生产费用的同时,保证产品更加符合当地的身材条件及喜好,提升产品适销性。与此同时,报告期内,公司对“Karl Lagerfeld”销售终端进行优化,使其更符合及适应大中华区消费者的需求。

相关新品牌目前还处于初创阶段。未来,公司将继续加大新品牌的培育力度,努力促进新品牌的稳步发展,为打造时尚产业集团添砖加瓦。

②投资部分

■以服装行业为中心,围绕时尚消费领域,继续推进投资业务发展,搭建时尚投资

报告期内,公司继续稳健开展投资并购业务,选择与公司主营业务契合、符合公司发展战略的优质标的进行调查评估,同时,公司基于对潮流服装、户外运动、童装、配饰等多个领域,为了更加稳健地推动公司投资业务的开展,公司与国际一线投行、国内精品投行、基金公司、会计师事务所、律师事务所等机构建立长期合作关系,建立更多渠道来挖掘优质项目源。

报告期内,公司暂无新的投资项目落地。未来,公司将继续围绕大时尚领域相关的产品、供应链、渠道、营销等抓手进行研究,挖掘行业的投资机会,寻找优质投资标的。与此同时,加强有效的战略合作伙伴建设,有效补充公司并购能力。

在投资活动向有资金结余之前,相关资金仍将继续用于稳健的理财行为。

过去的一年,我们聪步变革,积极探索主品牌以及新品牌的发展模式。在外部环境不确定的情况下,我们有收获也有试错,有成功也有不足。而每一年的得失都将成为新一年发展的肥沃土壤,我们将在这土壤里扎根、生长。在未来的经营过程,公司将继续推进七匹狼时尚产业集团的平台建设,继续贯彻“把业务做精做细,做深做透,把平台做强做好做活”的思想,继续扎根客户需求,全面发力,不断调整优化产品、渠道、供应链,满足客户多样化需求,提升公司核心竞争力,从而实现公司的持续健康发展。

(5)未来发展的展望

① 行业竞争格局和发展趋势

详见本报告“二、公司基本情况”及本节相关内容。

②管理层所关注未来的机遇和挑战

经济形势瞬息万变,行业竞争依然激烈。复杂的外部环境,给公司带来了挑战,同样也带来很多机遇。无论外部风云如何变化,公司均将坚持“做对消费者有价值贡献的事情”这一发展方向,在长期发展战略指引下深化变革,真正聚焦品牌、产品逻辑,积极创新,助力公司可持续健康发展。

■机遇

当前国内仍持续消费升级基础上的消费升级。伴随“千禧一代”逐渐成为消费的主流,具备个性化和高性价比的时尚品牌深受新生代消费群体的追捧。面对这样的消费趋势,公司可以在稳健发展“七匹狼”主品牌的基础上,通过内部孵化培育和外部投资收购的方式切入新的业务,形成品牌协同和互补效应,从而挖掘新的利润增长点,获取新时代赋予的红利。

■挑战

服装行业仍处于深度调整和转型发展期。在新的消费形式下,企业如何进行有效的转型和升级面临挑战。此外,随着新品牌的加入,公司规模不断扩大,逐步开启集团化运营模式,如何进行高效管理也面临挑战。

■未来发展战略

公司结合外部消费环境变化和内部商业模式调整情况,制定了长期和中期的发展战略:

长期发展战略:优化公司在服装品牌塑造、零售管理、产品设计研发、渠道建设及供应链管理方面的运作方式,深化公司产业投资能力,打造集服装行业以及相关的时尚产业、零售消费产业为一体的时尚产业集团。

中期发展战略:持续推进“七匹狼”商业模式改革,不断调整优化新零售形势下公司的具体经营方略,建立以“消费者需求”为导向的供应机制,深入维护品牌美誉度,通过渠道、产品、供应链重塑,推动销售收入稳步提升;另一方面,着力整合时尚消费行业的优秀资源,搭建时尚消费投资平台,通过投资参与新的发展机会,不断提升公司竞争力,巩固市场地位。

③公司2019年度经营计划

2019年度,公司将结合宏观环境、行业趋势和公司的实际情况,重点做好以下工作:

完善公司管理体系,推动管理落地、定位落地、文化落地。通过清晰的品牌定位,转化产品表现和管理表现,建立产品自信、品牌自信。鼓励公司全员参与企业文化建设,激发员工积极性、奋斗精神和战斗精神。

优化门店布局,继续进行渠道结构的优化升级,促进店效提升。大力发展电商业务,同时继续推进线上线下融合,实现线上线下的一体化发展。

继续优化供应链管理,制定符合公司发展战略的供应链管理流程,强化各业务模块一体化协同作战能力。

继续发力多品牌战略,稳步推进以“Wolf Totem”、“16N”为代表的新品牌的尝试,并根据产品在终端的表现不断进行调整优化。努力推动Karl Lagerfeld业务规划的落地,通过零售领域和投权领域的运作,激发品牌发展潜力,从而为公司往市场广阔的轻奢服装领域打开窗口。

继续专注于服饰相关的时尚、消费领域,挖掘符合公司战略目标的投资并购标的,为公司未来持续增长注入新鲜血液。进一步完善投资决策机制、风险管控机制、投后跟进机制等,从而把控投资风险,促进投资业务健康发展。

从现有的数据来看,市场环境依旧复杂多变,而主品牌和新品牌的发展都与外部环境以及公司的管理运作能力密切相关,提请消费者关注投资风险。公司将围绕中长期发展战略,积极落实年度规划,稳中求进,推动公司业绩的有效提升。

④公司为实现未来发展战略的资金需求、使用计划及资金来源情况

根据目前制定的发展战略和经营规划,除可能的对外投资外,公司无重大资本性支出,根据公司2018年年度报告第十一节“财务报告”显示,公司账上有充足的资金用于支持公司未来发展。同时,公司的经营性现金流情况较为稳定,企业信誉良好,银行授信额度充足,融资渠道多样。整体而言,公司的资本性支出规划符合公司现金流情况和战略需要,不存在对公司现金流健康存在严重负面影响的情况。

⑤对公司未来发展战略和经营目标实现可能产生影响的风险因素

■宏观经济风险

服装行业易受宏观经济影响,若宏观经济增速缓慢,将导致消费需求减少,从而对公司的业绩产生负效应。因此,公司一方面会看重关注宏观经济情况,做好相应经营方案的调整;另一方面会坚持战略转型,以消费者需求为导向进行商业模式转变,始终致力于提升产品硬实力,减少宏观经济增速放缓带来的不利影响。

■市场竞争加剧,行业地位下降风险

服装行业市场竞争日益激烈,来自国内外竞争品牌的竞争压力仍将持续甚至加大。消费者的需求日趋多样,个性化、差异化消费兴起,使得行业更加细分,单一风格品牌的外延有限,可能因为竞争加剧而导致市场份额的进一步减少。因此,公司会继续夯实已有品牌的经营,积极培育新品牌,同时加大外延收购的力度,扩充公司品牌覆盖的消费人群。

■公司转型不达预期的风险

公司仍处于商业模式的探索、调整阶段。随着外部环境的不断变化,消费趋势的把握、组织体系的整合等多方面都对公司提出了更高的要求。如果商业模式的升级转型不达预期,则可能拉长调整周期并导致公司主品牌经营业绩长时间低位徘徊。公司将继续在稳健的前提下快速地推进企业变革,从思想、组织、机制等各个维度按照零售模式进行建设和调整,努力打破改革的桎梏,引导企业向前发展。

■投资进度不达预期的风险

综合考虑公司面临的整体商业环境和市场的主流方向,公司明确了“实业+投资”的战略目标,明确将通过投资的方式整合市场的有效资源。鉴于优质项目的稀缺性以及项目价格高企的风险性,公司面临投资进度不达预期的风险。公司将加强战略合作伙伴建设,积极拓展项目来源,围绕供应链上下游挖掘优质投资项目。与此同时,积极修炼“内功”,打造优质项目承接能力,为投资项目落地提供硬件、软件支持。

■投资项目收益的不确定性风险

国际国内经济形势、投资标的企业内部管理状况会给投资项目收益带来一定的不确定性,从而给公司财务报表带来影响。公司将通过在投资管理制度中明确投资管理组织机构、决策权限、决策程序等等,建立规范、有效、科学的投前评估筛选制度和投资决策体系,要求投资团队在严格的尽职调查的基础上,针对具体投资项目编制项目可行性报告、进行项目经济效益分析,并建立投后管理机制,以最大程度把控投资风险,提高投资经济效益,保证投资资金的安全和有效增值。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

√ 适用 □ 不用

单位:元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
茄克类	302,108,211.40	149,540,301.53	49.50%	5.42%	4.90%	-0.24%
毛衫类	158,129,644.14	80,751,096.03	51.07%	19.51%	23.31%	1.58%
西服类	94,053,052.29	47,887,776.21	50.92%	12.46%	12.24%	-0.09%
裤子类	469,835,357.13	232,324,251.76	49.45%	18.91%	21.79%	1.17%
衬衫类	195,800,733.41	103,387,189.46	52.80%	5.89%	8.81%	1.42%
T恤类	432,997,659.72	220,364,618.70	50.89%	17.63%	18.45%	0.35%
外套类	504,963,827.05	247,445,209.20	49.00%	18.47%	24.37%	2.32%
其他类	1,222,487,904.79	406,983,654.80	33.29%	9.06%	24.32%	4.08%
软件产品及服务收入	17,023,973.07	8,601,877.38	50.53%	102.02%	102.45%	0.11%
合计	3,397,400,363.00	1,497,285,075.07	44.07%	13.01%	19.49%	2.39%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1)与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
根据财政部2018年6月发布《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2018]15号),对企业财务报表格式进行相应调整,将原“应收票据”及“应收账款”行项目归并至“应收票据及应收账款”;将原“应收利息”、“应收股利”及“其他应收款”行项目归并至“其他应收款”;将原“固定资产”及“固定资产清理”行项目归并至“固定资产”;将原“工程物资”及“在建工程”行项目归并至“在建工程”;将原“应付票据”及“应付账款”行项目归并至“应付票据及应付账款”;将原“应付利息”、“应付股利”及“其他应付款”行项目归并至“其他应付款”;将原“长期应付款”及“专项应付款”行项目归并至“长期应付款”;利润表中“管理费用”项目分拆“管理费用”和“研发费用”明细项目列报;利润表中“财务费用”项目下增加“利息费用”和“利息收入”明细项目列报;所有者权益变动表新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。	董事会审批	财政部于2018年6月15日发布《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2018]15号)

(2)报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3)与上年度财务报告相比,合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

本报告期内,公司新设立7家纳入合并报表范围的子公司,同时取得2家非同一控制下企业合并纳入合并报表范围的公司:

1、2018年1月投设立武汉海韵物流有限公司,持股比例44.88%;

2、2018年7月投设立南昌七匹狼服装销售有限公司,持股比例100%;

3、2018年11月投设立长春七匹狼服装销售有限公司,持股比例100%;

4、2018年12月投设立武汉七匹狼服装销售有限公司,持股比例100%;

5、2018年12月投设立昆明七匹狼服装销售有限公司,持股比例100%;

6、2018年12月投设立哈尔滨七匹狼服装销售有限公司,持股比例100%;

7、2018年12月投设立沈阳七匹狼服装销售有限公司,持股比例80%;

8、2018年1月通过非同一控制下企业合并增加厦门傲物网络有限公司以及厦门杰狼儿童用品有限公司。收购后公司持股比例为100%;

处置子公司:

1、2018年2月注销子公司广西七匹狼服装销售有限公司100%股权;

2、2018年10月注销子公司厦门无极客服饰有限公司100%股权;

(4)对2019年1-3月经营业绩的预计

□ 适用 √ 不适用

证券代码:002029 证券简称:七匹狼 公告编号:2019-006

福建七匹狼实业股份有限公司第六届董事会第十七次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整,对公告的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏负连带责任。

一、董事会会议召开情况

福建七匹狼实业股份有限公司(以下简称“公司”)第六届董事会第十七次会议通知于2019年3月22日以电子邮件形式发出,并于2019年4月2日上午在厦门市思明区观音山台南路77号汇金国际中心17楼会议室现场召开。会议应出席董事9名,亲自出席董事9名,会议由公司董事长周少雄先生主持,本次会议符合《中华人民共和国公司法》等有关法律、行政法规、规章、规范性文件(以下合称“法律法规”)及《公司章程》、《董事会议事规则》的规定,表决有效。

二、董事会会议审议情况

本次会议通过认真审议,采取记名投票方式,逐项审议通过了以下议案:

(一)以9票同意,0票反对,0票弃权审议通过了公司《2018年度总经理工作报告》。

(二)以9票同意,0票反对,0票弃权审议通过了公司《2018年度董事会工作报告》。

此项议案须提交2018年年度股东大会审议。

(三)以9票同意,0票反对,0票弃权审议通过了公司《2018年年度报告及摘要》。

此项议案须提交2018年年度股东大会审议。

【年报全文内容详见深圳证券交易所指定信息披露网站(www.cninfo.com.cn),年报摘要详见巨潮网以及2019年4月4日公司在《中国证券报》、《证券时报》及《证券日报》刊登的《福建七匹狼实业股份有限公司2018年年度报告摘要》】

(四)以9票同意,0票反对,0票弃权审议通过了公司《2018年度财务决算报告》。

报告期内,公司实现营业总收入为351,703.23万元,营业利润46,326.10万元,归属于母公司的净利润34,628.65万元,较上年分别上升14.01%,17.53%,9.38%。

此项议案须提交2018年年度股东大会审议。

【相关内容详见深圳证券交易所指定网站(http://www.cninfo.com.cn)】

(五)以9票同意,0票反对,0票弃权审议通过了公司《2018年度利润分配预案》。

经福建华兴会计师事务所(特殊普通合伙)审计,公司2018年度实现净利润346,286,529.66元,加上年未分配利润2,082,316,779.34元,可供分配的利润为2,428,603,309.00元;公司按母公司净利润的10%提取法定盈余公积金23,567,124.56元,计提10%的任意盈余公积金23,567,124.56元,未分配利润为2,381,469,059.88元。

公司2018年度利润分配预案为:以2018年末总股本755,670,000股为基数,以未分配利润向全体股东每10股派发现金红利1.00元(含税),在公司实施上述利润分配后,公司未分配利润尚余2,305,902,059.88元,全额结转下一年度。

公司独立董事就本事项发表独立意见如下:该利润分配预案综合考虑了股东意愿、外部经济环境、公司运营和发展情况等因素,有利于公司的持续稳定和健康发展,符合有关法律、法规、部门规章、规范性文件和《公司章程》、《公司分红回报规划》的规定,不存在侵害中小投资者利益的情形。我们同意公司2018年度利润分配预案,并同意将其提交公司2018年度股东大会审议。

本次利润分配预案须经2018年年度股东大会审议批准后实施。

(六)以9票同意,0票反对,0票弃权审议通过了公司《董事会关于2018年度募集资金存放与使用情况的专项报告》。

公司保荐机构发表核查意见认为:2018年度,公司严格执行了募集资金专户存储制度,有效地执行了三方监管协议;公司募集资金的存放和使用符合《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等有关法规和